
KNOWLEDGE
Skills
Attitude
المناهج التدريبية
التسويق الالكترونى
50
Electronic Marketing



edarabook.com
pmecegypt.com



التسويق الإلكتروني

الطبعة الأولى

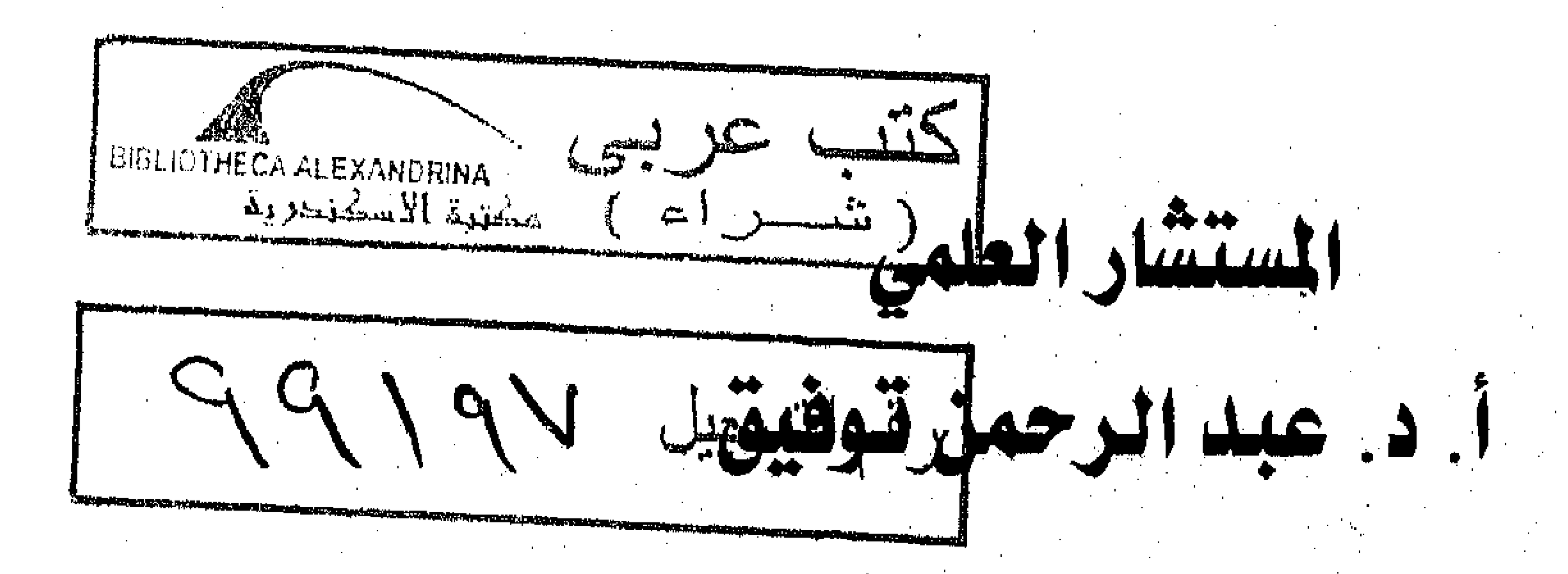
٢٠٠٧

إعداد المادة العلمية

خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة .. بميك

المستشار العلمي

أ. د. عبد الرحمن توفيق



الترقيم الدولي : 977-337-256-1

رقم الإيـــداع: 2007/7923



مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك)
٢٣ شارع عامر - الدقي - القاهرة
هاتف / فاكس: ٣٣٦٧٩٦٠ / ٧٦١٠٣٩٨ / ٧٦١٠٣١٧ (٠٠٢٠٢)
ص.ب: ٣٣٨ الأورمان ١٢٦١٢
بريد إليكتروني: Marketing@pmecegypt.com
info@edarabook.com

www.pmecegypt.com

www.edarabook.com

المحتويات

التسويق الإلكتروني

الأسباب أو المبررات التي تدعو إلى المشاركة والاهتمام نحو عالم التجارة والأعمال الإلكترونية:

١. الاستفادة نحو الاستخدام الأمثل الي تكنولوجيات وأنظمة وآليات المعلومات والحواسب والمعلومات المتاحة في القرن ٢١ .

٢. الاستفادة نحو خفض التكلفة وزيادة الإنتاج وتعظيم الربحية وتحقيق الوفورات الاقتصادية .

٣. الاستفادة في كسر الحواجز السياسية والجغرافية والاقتصادية والزمنية لتحقيق مفهوم القرية الكونية أو العالمية أو الكوكبية Globalization .

٤. محاولة فتح أسواق جديدة واكتشاف مناطق مستحدثة للتجارة وتواصل لحظي وسريع بين شعوب العالم لتحقيق الشراكة Partnership والتبادل التجاري .

٥. محاولة وضع نظام ثقافي عالمي جديد لزيادة التقارب بين دول العالم تحت مفهومي الهوية والثقافة العالمية أو النظام العالمي الجديد .

٦. التوجه الي توحيد المعاملات الدولية نحو القياس والتقنين والجودة من خلال ضبط المواصفات الدولية للسلع والخدمات .

٧. محاولة الاستفادة من المزايا النسبية التي تمتع بها بعض الدول في إنتاج السلع وتقديم الخدمات للتكامل مع بعضها البعض بما يخلق ويحقق القيمة المضافة .

والسؤال الآن ..

هل نحن على استعداد متكامل لدخول عصر التجارة الإلكترونية والأعمال الرقمية في المنظمات العربية ؟

ولكن ..

هل تتاح الإمكانيات أو الآليات أو الأنظمة في جميع دول العالم ؟

أساسيات التجارة الإلكترونية

المبادئ الأساسية التي تحكم التجارة الإلكترونية :

١. مشاركة القطاع الخاص في البدء الفعلي في المساهمة الجادة .

٢. تشجيع الدولة على النهوض بالتجارة الإلكترونية .

٣. تهيئة البيئة القانونية الملائمة لتنشيط حركة التجارة .

٤. المشاركة في المنظمة الدولية لتبادل المعلومات المالية (السويفت).

متطلبات التجارة الإلكترونية

١ـ الاتجاهات الأساسية القانونية:

- الالتزام بالتوحيد القياسي من خلال CODE كود التجارة الإلكترونية .
- أساليب الحماية الوقائية ضد المخاطر.
- الخصوصية في التعاملات .
- توفير السرية التامة.

٢ـ الاتجاهات التقنية:

- البنية الأساسية في منظومة وشبكات الاتصالات .
- تكنولوجيا المعلومات الرقمية.
- المعايير الفنية القياسية في التعامل .

٣ـ الاتجاهات التسويقية:

- فتح أسواق جديدة.
- تقديم خدمات مستحدثة للعملاء .
- أساليب تنشيط السلع والخدمات.

٤ـ الاتجاهات الأساسية المالية:

- معالجة قضايا الضرائب والجمارك.
- معالجة المدفوعات الإلكترونية وتأمين التعامل فيها.
- نظم وأساليب الدفع والاستحقاق الرقمية .

٥. الاتجاهات الأمنية:

- معالجة الحجية القانونية للتوقيع المادي - الإمضاء أو التوقيع الإلكتروني .
- معالجة سرية المعاملات وتأمين معلوماتها بين الأطراف المتعاملة لاستقرارها في السوق .
- نظم الحماية والسرية والتأمين لكافة المعاملات مع الغير - أفراد / شركات / بنوك ... الخ.

كيانات استراتيجية لقيام التجارة الإلكترونية الدولية:

١. توفير مراصد البيانات والمعلومات وإدارة قواعد المعرفة المتكاملة في المجال الاقتصادي والمصرفي.

٢. توفير الأساليب الإلكترونية ودوائر الاتصالات الدولية لإجراء عمليات المبادلة مع الغير.

٣. حصول السلع والخدمات الإلكترونية لشهادة المواصفات الدولية بمختلف أنواعها لضمان توكيد الجودة الشاملة.

٤. تهيئة البيئة القانونية والمصرفية وتطويرها لمواجهة حركة التجارة الإلكترونية بسهولة وأمان.

٥. تدريب الكوادر البشرية والعمل على تطوير العمل على إدارة المنظمة الحديثة للتجارة الإلكترونية.

٦. مشاركة مراكز الإنتاج والتسويق داخل الشبكة الدولية للمعلومات وتخصيص مواقع ثابتة لها.

نظم التأمين والحماية في التجارة الرقمية:

القصور في وجود نظم محكمة للسرية وتأمين المعلومات المتبادلة من خلال الشبكة الدولية على سبيل المثال في النواحي التالية:

١. معلومات عن الحسابات الشخصية.
٢. معرفة أرقام بطاقات الائتمان.
٣. أرقام حسابات العملاء.
٤. حركة موازين المراجعة.
٥. حجم وقيمة الفواتير وتاريخ السداد.
٦. معرفة كلمات المرور الشخصية السرية.
٧. الدخول في بيانات المتعاملين وتعديلها.
٨. تعديل بيانات المعاملات التجارية.
٩. انتحال شخصية تمكن من تحصيل وإضافة الأموال.

مما يثير التخوف من طبيعة التعامل مع الشبكة الإلكترونية الدولية في مجال التجارة الإلكترونية.

بعض المشكلات الحالية التي تواجه التجارة الإلكترونية العالمية:

١. المشكلات القانونية.
٢. المشكلات الاقتصادية.
٣. مشكلات الحماية والتأمين.
٤. مشكلات عدم توفير البنية الأساسية.

والإشكالية المطروحة الآن ؟ ..

متى وكيف تستطيع الدول العربية أن تلحق قطار التجارة الإلكترونية الدولية؟

الحلول المطروحة:

١. أهمية المشاركة في الوسيط المصرفي الدولي للمعلومات.

٢. إجراء مجموعة من التعديلات في التشريعات المحلية والدولية.

٣. استخدام التقنية التكنولوجية في تأمين المعاملات.

لذا نجد أن الاختراعات لم تتوقف والأبحاث جارية ولن تنتهي لمواجهة تلك الإشكاليات التي تحد من انتشار مفاهيم التجارة الإلكترونية بالمعنى الواسع.

وعلى هذا الأساس يتم العمل على محاور متكاملة على المستوى القومي من النواحي التالي:

١. الناحية التنظيمية

٢. الناحية المصرفية.

٣. الناحية المعلوماتية.

٤. الناحية التشريعية.

٥. الناحية التقنية.

المدخل إلى التجارة الإلكترونية

الكيانات المستحدثة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال التجارة الإلكترونية:

١. المنظمات الاقتصادية القائمة على الأساس الافتراضي أو التخيلي Virtual .

٢. إضافة تقنيات المعلومات والاتصالات CIT كنسبة متزايدة وعالية من القيمة المضافة على المستوى الاقتصادي في أداء الأعمال Value Added .

٣. مفهوم الاقتصاد الرقمي Digital Economy القائم على استخدام شبكات المعرفة Knowledge Base ، كذا اقتصاد المعرفة Economy Knowledge ، وطرح مفهوم Intelligent Markets ، وهذا شكل إلى إقامة وانتشار الشركات الافتراضية Virtual Corporation لدعم وانتشار التجارة الإلكترونية Electronic Trade في أنحاء العالم.

مفاهيم التجارة الإلكترونية في ضوء أدبيات فلسفة العلوم :

١. نوع من عمليات لإجراء البيع والشراء بين فئة القائمين بالإنتاج والخدمات مع فئة المستهلكين من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

٢. إجراء العمليات الفنية والتنظيمية لمجموع من المستفيدين لتبادل السلع والخدمات من خلال التقنيات المعلوماتية والاتصالية والمتطورة.

٣. منهجية متطورة تستخدم تقنيات إلكترونية متعددة لنقل وتداول مواد المعلومات بهدف عقد اتفاق لتوريد سلعة أو تقديم خدمة بين طرفين في مواقع أو أماكن جغرافية مختلفة محلياً أو إقليميا أو دولياً.

٤. أسلوب عصري للتبادل التجاري (سلع وخدمات) من خلال استخدام تقنيات المعلومات وشبكات اتصالية متقدمة بين أطراف متعددة دون القيد بمكان وزمان.

٥. التجارة الإلكترونية بمثابة منظومة متكاملة من تقنيات وأساليب وقواعد معرفية وأنظمة الكترونية بهدف إجراء عمليات التسوق والإعلام والبيع والشراء للسلع والخدمات داخل عمليات فنية وتنظيمية مقننة.

٦. التجارة الإلكترونية بمثابة أسلوب عصري قائم على أساس هيكلية من التكنولوجيا الفائقة في المعالجة والاتصال والاختيار والتنفيذ في الاستجابة الفورية لحاجات مجتمع المستفيدين دون قيود المكان والزمان لتبادل وإنتاج وترويج وشراء وبيع وإعلام عن السلع والخدمات من خلال وسائل الدفع الكترونية وفقاً للقيمة المتفق عليها بين أطراف التعامل.

أنواع وأشكال التجارة الإلكترونية:

يوجد العديد من أشكال التجارة الإلكترونية ، منها :

١. التجارة الإلكترونية من وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى.

Business to Business (B ٢B)

٢. التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك.

Business to Customer (B ٢C)

٣. التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال وإدارة محلية أو حكومية.

Business to Administration (B ٢A)

٤. التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة المحلية.

Administration to Customer (A ٢C)

نظام اتصالات ذات تقنيات متقدمة بين أطراف التعامل

أطراف التعامل :

وهذا يعني إقامة شبكات لنقل وتداول البيانات من خلال استخدام تقنيات عالية لاستقبال البيانات من خلال التكنولوجيا الرقمية والأقمار الصناعية ، مع وجود حاسبات إلكترونية رئيسية SERVER (خادم) قادر على التحكم والإدارة والمتابعة لكافة المعاملات الإلكترونية بين أطراف التعامل والتي جعلت العالم قرية كونية صغيرة وهذا أدى إلى ظهور مفهوم العولمة Globalization وازدهار التجارة الإلكترونية.

السمات الحاكمة للتجارة الإلكترونية:

١. إجراء العمليات الفنية والتنظيمية والتجارية بين أطراف متعددة من خلال استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات المتقدمة.

٢. عدم الاعتبار للحدود الجغرافية والزمنية عند التعامل بين الأطراف المشتركة.

٣. تضييق ميزة الاتصال والتبادل الفوري بين المنظمات بكفاءة عالية وإنتاجية أكبر مع خفض التكلفة وتحقيق ربحية مرتفعة.

٤. الاستجابة السريعة من خلال التفاعل الحر مع خفض مستويات الاتصال التنظيمي داخل المنظمات الافتراضية التي تقوم بعمليات التجارة الإلكترونية.

٥. التجارة الإلكترونية ما هي الا استخدام وسائل Means أو أدوات Tools مستحدثة بين طرفين للاتفاق على تقديم خدمة أو إعداد منتج من خلال تقنيات إلكترونية واتصالية متقدمة.

خصائص التجارة الإلكترونية:

١. الاتصال بين طرفي العمليات التجارية يتم دون سبق معرفة.

٢. إمكانية إجراء الاتصال مع أكثر من طرف واحد.

٣. لايلزم وجود وثائق أو مستندات ورقية حيث يتم الاتصال الكترونياً بين جميع الأطراف المشاركة.

٤. إتاحة فرص التجوال بين خيارات متعددة في أسواق افتراضية ومتباعدة للحصول على الخدمة أو السلع بأرخص الأسعار وأفضل العروض.

٥. إمكانية التراسل والتبادل للبيانات والوثائق الكترونياً بين أطراف التعامل.

٦. خفض مستويات التنظيم الإداري بين أطراف التعامل الي أقصى درجة ممكنة لعدم وجود هياكل تنظيمية (الهيكل الوظيفي) .



الكيانات الداعمة لنظم التسويق الإلكتروني

وحتى يمكن القول بأن هناك كيانات جوهرية لنجاح نظم التسويق الإلكتروني لأي منظمة في أي جهة في ا لعالم يتطلب الأمر توفير ما يلي على سبيل المثال:

١. نظام إدارة المعرفة الكلية لتحديد متطلبات السوق والعملاء من السلع والخدمات.

٢. نظم ووسائل للدفع والسداد للتجارة الإلكترونية.

٣. نظام التوحيد القياسي ISO للسلع والخدمات المتاحة للتبادل بين الأطراف.

٤. نظام قانوني يدعم حقوق والتزامات طرفي العمليات للتجارة الإلكترونية.

٥. نظم اتصالات ذات تقنية متقدمة لدعم عمليات الإعلام والترويج والتنشيط البيعي.

٦. نظام تشفير عالي المستوى لتأمين حقوق الالتزامات عند الدفع والسداد والحفاظ على سرية التعامل بين الأطراف.

٧. نظام اقتصادي يسمح بدخول وانتقال الأموال والسلع والخدمات دون معوقات (جمارك/ فحوصات إجراءات نظم إدارية أخرى) .

ولكن ما المقصود بتلك الكيانات ؟ ...

نظام إدارة المعرفة الكلي

Total Knowledge Management System (TKMS)

١. رصد وجمع وتحليل ومعالجة لمصادر المعرفة لجميع مستخدمي النظام دون قيود بهدف التمكين من الاستقراء واتخاذ القرارات الصائبة والدقيقة عند التعامل مع الغير من خلال قواعد المعرفة Knowledge Base لدعم متطلبات العملاء ومقدمي الخدمات ومنتجي السلع.

٢. توفير طرق المعلومات فائق السرعة Information Super High Ways ، وذلك من خلال توفير التكنولوجيا المتقدمة Hi-Tech في ضوء مفهوم التلاحم Convergence بين الحواسب والاتصالات Com-Com .

٣. إقامة نظام معلومات متكامل Integrate Information System (IIS) قادر على تقديم كافة مصادر المعلومات والوثائق المتعلقة بالنشاط الاقتصادي والسياسي والبنكي والجمركي وغيره، والذي له صلة بنظام التجارة الإلكترونية من خلال نقط رصد تتواجد داخل شبكة من الاتصالات Network مع الجهات والمصالح ذات الاختصاص.

نظام و وسائل الدفع والسداد للتجارة الإلكترونية:

١. استخدام الدفع النقدي عند الاستلام مقابل استلام السلعة أو الخدمة من الباب للباب.

٢. استخدام البطاقات المصرفية (النقود البلاستيكية).

٣. استخدام البطاقات الذكية Smart Card.

٤. استخدام التحويلات المصرفية – الحوالات الإلكترونية .

٥. استخدام النقود الرقمية.

استخدام الدفع الفوري :

تعني بمجرد أن تم الاتفاق بين المشتري والبائع على نوعية وشراء كمية من السلع والخدمات تم الاتفاق على الدفع مباشرةً عند الاستلام بمعرفة مندوب عن البائع أو وكالة محلية في نفس الدولة أو عند حضور المندوب إلي المشتري لتسليمه البضاعة .

النقود البلاستيكية :

١. بطاقات الدفع Debit Cards
٢. بطاقات الائتمان Credit Cards
٣. بطاقة الصرف البنكي Charge & Cards
٤. البطاقات الذكية Smart Card

الأساليب التقنية الحديثة في الدفع والسداد لنجاح التجارة الإلكترونية :

١. الهاتف المصرفي Phone Bank (PB) بين العملاء في البنك إلى أطراف أخرى.
٢. خدمات المقاصة الالكترونية المصرفية بين الأفراد إلي آخرين من خلال بنك Bankers Automated Clearing Services (BACS) .
٣. نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي بين المصارف بعضها البعض بناء على طلب العملاء Real Time Gross Settlement System (RTGS) .
٤. الانترنت المصرفي Home Banking إتاحة خدمات للعملاء بدفع المستحقات الي الغير أو الشراء أو تحويل أموال بين حسابات العملاء مباشرةً .
٥. النقود الرقمية أو الالكترونية Digicast/E.cash تقوم الفكرة الأساسية بقيام العميل مقدماً بشراء عملات الكترونية من البنك.

نظام التوحيد القياسي ISO للسلع والخدمات المتاحة للتبادل بين الأطراف:

يمكن من خلال التجارة الإلكترونية توكيد الجودة والاتفاق المسبق لنوعية وجودة ومواصفات السلع والخدمات بين أطراف التعامل.

نظام قانوني وتشريعي لدعم الحقوق والالتزامات طرف التعامل في التجارة الإلكترونية:

1. الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني.
2. نظام تأمين المعاملات بين الشبكة الإلكترونية.
3. نظام حماية حقوق كل أطراف التعامل على الشبكة الإلكترونية (عملية الدفع/ الاستلام والتسلم وفقاً للمواصفات المحددة بهدف استقرار وتنمية التجارة الإلكترونية وانتشارها ودعم لوجودها .

نظام اتصالات ذات تقنيات متقدمة:

Communication Network System

1. إقامة أنظمة وشبكات اتصالات فائقة السرعة مع العالم الخارجي وعلى المستوى الإقليمي أيضاً .
2. خفض تكلفة قيمة إجراء عمليات الاتصالات إلي اقل تكلفة ممكنة.
3. توفير البنية الأساسية لتنفيذ عمليات الاتصالات (عدد المنافذ / محطات وأنظمة الأقمار الصناعية المستخدمة وقدرتها / توفير أجهزة الحاسب مع توفير Modem للربط بين الحاسب وشبكة الاتصالات الخارجية).
4. نظام التشفير والحماية الإلكترونية الأمنية

نظام التشفير والحماية الإلكترونية الأمنية لتأمين حقوق والتزامات المتعاملين على الشبكة الدولية لنمو حجم التجارة الإلكترونية:

1. يتم استخدام نظام التشفير Encryption من قبل القائم قبل إرسال الرسالة المحددة، ويكون لدى المتلقي مفتاح لإعادة فك التشفير لاستعادة محتوى ومضمون الرسالة والتي تعني الحل Decryption.
2. يتم استخدام نظام التشفير على عدة مستويات متنوعة، ووفقاً للنظام العام الذي تقوم كل منظمة بطرحه في الأسواق ويتم استخدامه بواسطة المتعاملين في التجارة الالكترونية.

أنظمة التشفير العالمية المتبعة لتأمين إجراء المعاملات على الشبكة العالمية في التجارة الإلكترونية:

1. نظام المفتاح المتماثل . Symmetries Key
2. نظام التشفير بالمفتاح العام . Public Key Encryption
3. نظام التشفير بالمفتاح الخاص . Private Key Encryption
4. نظام التشفير بالمفتاح العام والخاص .
5. نظام التوقيع الإلكتروني. Digital System Signature

نظام المعاملات الإلكترونية الأمنية:

1. مفتاح تشفير عام للمشتري.
2. مفتاح تشفير عام للبنك.
3. مفتاح تشفير للبائع.
4. بصمة إلكترونية للتأكد من شخصية البائع والمشتري.
5. وأخيراً ظهور هيئة الاعتماد.

ملحوظة :

يجب مراعاة وجود النظام الاقتصادي والمصرفي القائم وأساليبه وأنظمته وآلياته وذلك لمواجهة التعامل مع الشبكة العالمية لنجاح التجارة الإلكترونية.

معايير نجاح وفاعلية وكفاءة نظام الأعمال الإلكترونية وآثاره على التجارة الإلكترونية *EBMS* :

1. **نظام إدارة الأعمال الإلكترونية.**
2. **مفهوم نظام إدارة الأعمال الإلكترونية.**
3. **مكونات نظام إدارة الأعمال الإلكترونية.**
4. **متطلبات العمل في ظل مفهوم الإدارة الإلكترونية.**
5. **التوحيد القياسي ISO للخدمات والسلع المتاحة ودوره في نجاح أو فشل المعاملات الرقمية.**

أساليب وأنظمة الترويج والإعلان والتسويق للسلع والخدمات على شبكة المعلومات الدولية لدعم التجارة الالكترونية:

1. **المفهوم** Conception
2. **الأهداف** Goals
3. **الأساليب التقنية** Techniques
4. **الخدمات** Services
5. **الفوائد والمنافع** Benefits
6. **التقييم** Evaluation
7. **المستقبل** Future

الإشكاليات القانونية والأمنية التي تعوق دعم وتطوير التجارة الالكترونية

- دور البنوك والمؤسسات المصرفية
- دور القوانين أو التشريعات السائدة
- دور النظام السياسي والاقتصادي
- دور النظام الاجتماعي والثقافي
- دور تأمين وحماية المتعاملين ضد المخاطر

لذلك قضية أو إشكالية التجارة الالكترونية تكون مسئولية من ؟!

- وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية.
- وزارة التخطيط.
- وزارة المالية.
- وزارة العدل.
- البنوك.
- هيئات التأمين وإعادة التأمين.
- استراتيجيات وسياسات الدولة في التخطيط الاقتصادي.
- فلسفة النظام السياسي والحاكم.

ملحوظة: يجب مراعاة تأثير العولمة والجريمة المنظمة من خلال الاختراق على نظام تأمين التجارة الالكترونية .

التخطيط المنظومي للدخول إلى عضوية نادي التجارة الالكترونية العالمية:

١. نشر الثقافة الإليكترونية في المنظمات وبين المواطنين.

٢. بناء الأنظمة المعلوماتية المتكاملة.

٣. تعديل التشريعات الحالية.

٤. التشجيع والتقدم من جانب أجهزة الدولة.

٥. بناء الإدارة الإليكترونية وتطويرها إلي بناء الحكومة الإليكترونية E.M٢E.G

٦. إعادة بناء العقلية الإدارية في المنظمات في ضوء متغيرات العصر.

٧. بناء جسور الثقة والأمان بين المتعاملين من خلال المشاركة في الأنظمة العالمية لتأمين حركة التعامل النقدي.

٨. إرساء النظام الديموقراطي لطرح مفهوم الشفافية والوضوح والدقة.

ولكن هناك تساؤلات هامة مطروحة يجب الإجابة عليها بصراحة ؟؟!

١. هل نحن لدينا القدرة على الدخول إلي عالم التجارة الإلكترونية ؟

٢. هل لدينا الكيانات الأساسية أو المحورية نحو البدء بالمشاركة ولو الجزئية في عالم التجارة الإلكترونية ؟

٣. وأخيراً ما هي الكيفية أو الإستراتيجية المطروحة التي تحقق لنا اللحاق بعالم التجارة الإلكترونية بشكل مأمون ومنظم وقادر لتحقيق المنافع والمكاسب لملاحقة العالم المتقدم ؟

إنها تساؤلات كثيرة ومتعددة تحتاج الي المزيد من البحث والفكر الإبداعي والابتكاري لجعل إدارة الأعمال سهلة ..

We Make Business Easy?

والسؤال مرة أخرى .. كيف ؟ How

المتطلبات المتكاملة نحو بناء هيكلية التجارة الإلكترونية من منظور المفاهيم المعاصرة

مفاهيم التجارة الإلكترونية أو التجارة عبر الشبكات الدولية للمعلومات:

١. التجارة الإلكترونية E-Commerce هي بمثابة إنجاز مجموعة من الأعمال Business لإنجاز مهام Tasks وتحقيق أهداف Goals من خلال استخدام تكنولوجيات فائقة ومتكاملة Integrated High Technology.

٢. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعتبر منظومة متكاملة Integrated System من خلال تنفيذ أنشطة Activities في مجالات Fields متعددة باستخدام شبكات المعلومات الدولية Internet .

٣. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعني القيام بعمليات التسويق Marketing والاختيار Choices والشراء والدفع للحصول على سلعة أو خدمة الكترونية Electronic أو رقمياً Digital باستخدام الحواسب وشبكات المعلومات والاتصالات.

٤. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعني التحول من النظام التقليدي لعمليات التسوق والبحث والشراء والسداد التي يقوم بها القائم بالشراء إلي التحول إلي النظام الرقمي Digital System .

٥. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعني إلغاء القيود والتحرر من المحددات المكانية والجغرافية والزمنية من خلال الـ Internet للحصول على السلعة أو الخدمة من خلال المواقع أو الأسواق الافتراضية Virtual Markets .

٦. التجارة الإلكترونية E-Commerce هي بمثابة إنجاز كافة العمليات اللازمة والضرورية لاقتناء سلعة أو الحصول على خدمة بصياغة الكترونية Electronic Form.

٧. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعني إنجاز الأعمال من خلال Internet بطريقة أفضل وأسرع وأرخص.

٨. التجارة الإلكترونية E-Commerce تكون بمثابة ثلاث عمليات متتالية التسوق باتخاذ قرار الشراء وسداد القيمة رقمياً بين المشتري والبائع أو المستهلك والمنتج أو القائم بالأعمال ومقدم الخدمة.

٩. مفهوم شبكات المعلومات الدولية Internet والتي تعتبر بمثابة العمود الفقري في منظومة التجارة الإلكترونية الـ Internet حيث أنها شبكة الشبكات الإلكترونية والتي تسمح لمستخدميها التواجد اللامحدود مكانياً أو زمنياً والاتصال المتواصل الإطلاع على مصادر مواد المعلومات المتاحة على الشبكة العنكبوتية World Wide Web للحصول على المعلومات المطلوبة المخزنة داخل المرافق المتعددة والمتجددة دوماً Updating.

أساليب التخطيط المنظومي لبناء مواقع التجارة الإلكترونية:

١. تحديد فئات المستفيد من العملاء.

٢. تحديد الاحتياجات والمتطلبات من الخدمات / السلع بدقة.

٣. وضع خطة العمل وأسلوب التنفيذ من السياسات والإجراءات والآليات المستخدمة والأنظمة المطلوبة.

٤. توفير قواعد البيانات الأساسية اللازمة لإدارة الموقع في الأنشطة المتخصصة من خلال برامج Oracle أو SQL أو Sybase أو Informix .

٥. توفري إمكانيات حركة النقل والتداول للسلع والخدمات لضمان وتأمين وصولها الي العملاء في الأماكن المختلفة خاصة السلع أو الخدمات المادية .

٦. توفير الأنظمة الالكترونية التي تستطيع التسوق الالكتروني أو ما يطلق عليها عربة التسوق shopping Car للسلع والخدمات من خلال تصميم القوائم أو مربعات التأشيرة التي يستخدمها العملاء بتحديد اختياراته.

٧. تعتمد التكنولوجيا المستخدمة في التجارة الالكترونية على لغة ترميز النص المرجعي.

٨. تصميم أنظمة الحماية والتأمين والسرية.

٩. إيجاد وسائل السداد الإلكتروني أو الدفع الالكتروني.

متطلبات نجاح وفاعليات وكفاءة المواقع في نظام الأعمال للتجارة الإلكترونية في المنظمات :

١. معيار كفاءة تصميم الموقع.

٢. معيار تلبية حاجات ومتطلبات العملاء.

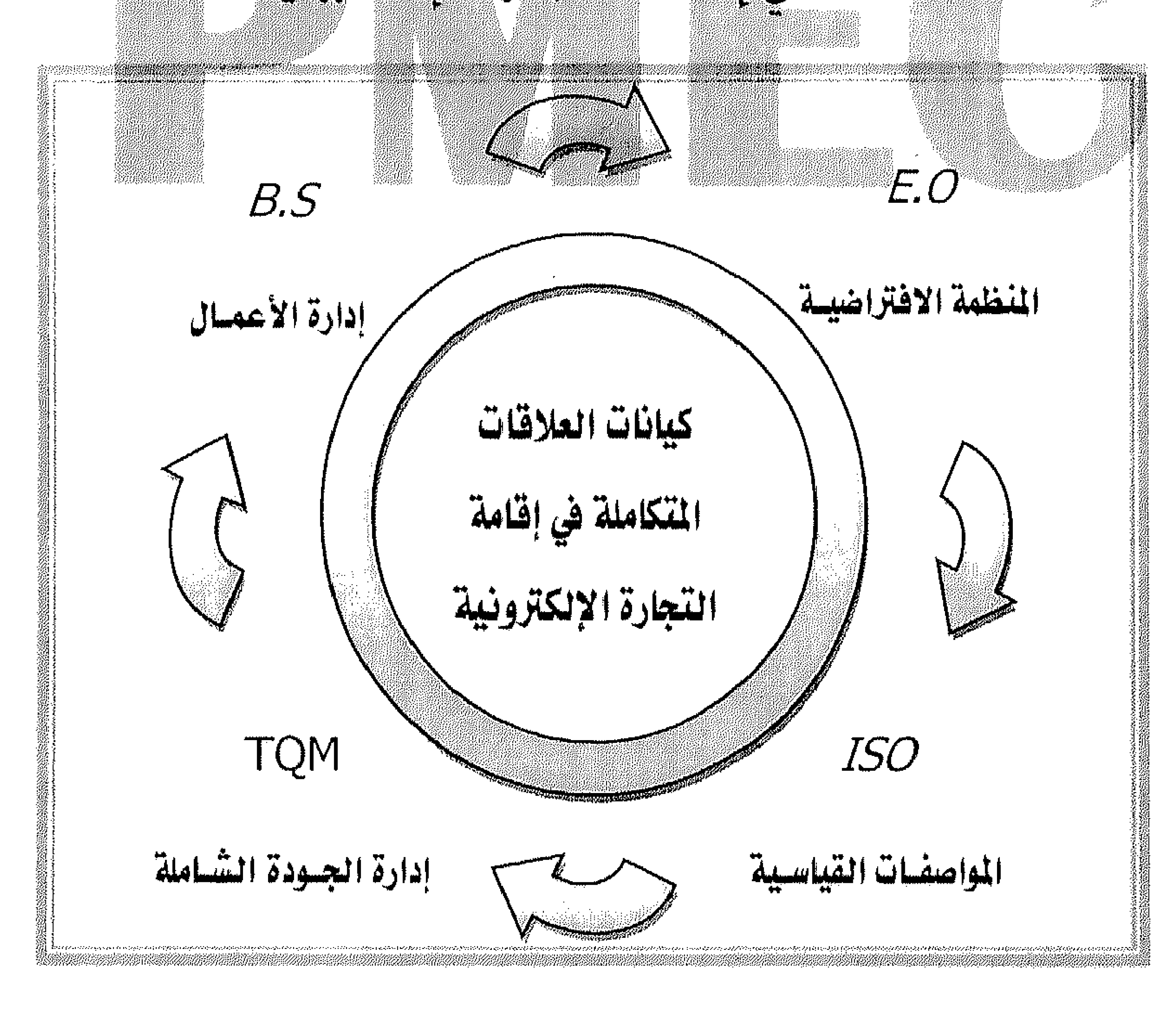
٣. معيار سهولة التصفح والانتقال والتركيز.

٤. الاهتمام بالشكل الخارجي لموقع المنظمة.

٥. استخدام مواقع أو منافذ البيانات Portals.

٦. معيار كفاءة وفاعليات الخدمات التي يقدمها الموقع إلي العملاء.

٧. كيانات العلاقات المتكاملة في إقامة التجارة الإلكترونية



بعض الإشكاليات ومواجهة التيارات المعاكسة التي تعرقل التجارة الإلكترونية في المنظمة العربية:

١. البيئة والظروف السياسية والاقتصادية والثقافية.

٢. البيئة التشريعية من قوانين وقرارات ولوائح متعارضة.

٣. ضعف البنية التحتية من كيانات لقواعد وأنظمة المعلومات المتكاملة والذكية.

٤. ضعف المنظمات الاقتصادية.

٥. .... أخرى.

ويبقى السؤال الآن ..

هل يمكن أن يكون هناك حلاً ؟

التوجه إلى الاقتصاد الرقمي

دوائر التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية ومنظمات المعرفة في التوجه للاقتصاد الرقمي:

١. **الاقتصاد الرقمي** Digital Economy **يقوم على تدفق المعرفة.**

٢. **الاقتصاد الرقمي** Digital Economy **بمثابة عصر التشبيك بين التكنولوجيات الفائقة** Hi-Tech.

٣. **الاقتصاد الرقمي** Digital Economy **هو الطريق السريع للاقتصاد الجديد.**

٤. **عناصر الاقتصاد الرقمي** Digital Economy **والافتراضية أو الخائلية** Virtual **تمثل في المعرفة والتكامل** Integrated **والتشبيك** Linked **والاتصالات** Communication **والعولمة** Globalization **مع القيادة** Leadership **في إدارة منظمات المستقبل** Future Organization .

مفاهيم جديدة نحو الاتجاه للكونية أو العولمة في عصر الاقتصاد الرقمي:

١. **التوجه إلي الاقتصاد الكوني المتشابك.**

٢. **التوجه إلي التسويق والبيع الكوني.**

٣. **التوجه إلي الإنتاج الكوني.**

٤. **التوجه إلي المواجهة للمنافسة الكونية.**

٥. **التوجه إلي إنتاج سلع كونية.**

٦. **التوجه إلي عملاء كونيين.**

٧. **التوجه إلي أسواق كونية.**

٨. **التوجه إلي تكتلات كونية.**

٩. **التوجه إلي الثقافة العالمية.**

متطلبات إقامة منظمات المستقبل لدخول نادي التجارة الإلكترونية:

١. إعادة اختراع المنظمة بشكل جديد.
٢. إعادة بناء هندسة النظم في المنظمة.
٣. تحول المنظمات إلي منظمة التعلم أو منظمة المعرفة.
٤. التوجه إلي تطبيق المعايير العالمية.
٥. التخطيط لبرامج تحسين الإنتاجية.
٦. الالتزام بنظام الجودة الشاملة.
٧. العمل على توكيد الجودة.
٨. العمل على ضبط أو رقابة الجودة.
٩. إدارة الجودة للموارد الاقتصادية.
١٠. التطوير التنظيمي المتواصل لأداء الأعمال.
١١. تحسين التنمية الإدارية وتطويرها.
١٢. رؤية معاصرة تعتمد على التركيز على العملاء.

رؤية جديدة في أسواق التجارة الإلكترونية من المنظور الرقمي:

- **المسار الأول** : الأسواق الرقمية المخصصة لهيئة أو منظمة بذاتها دون غيرها للتعامل مع عدة منظمات أو هيئات أخرى.
- **المسار الثاني**: أسواق رقمية تجمع المنظمات ذات الأنشطة المتشابهة ، والتي تدخل في نطاق علاقات أعمال تبادلية ومشتركة.
- **المسار الثالث**: أسواق رقمية متخصصة وتطبيقات محددة في النشاط ذاته.

المبادئ الأساسية للإدارة بالجودة الشاملة والتي اتخذت أساساً للمواصفة الجديدة:

- الأساس الأول: متطلبات الجودة الشاملة.
- الأساس الثاني : القيادة القائمة على قواعد المعرفة.
- الأساس الثالث: نظرية المشاركة الكاملة.
- الأساس الرابع: أسلوب الإدارة بالعمليات.
- الأساس الخامس : استخدام أسلوب المنظومة المتكاملة.
- الأساس السادس: التطوير المستمر.
- الأساس السابع : اتخاذ القرارات بناء على النظم المعرفية.
- الأساس الثامن : توطيد العلاقة مع الغير على المشاركة.

المدخل الي شبكة المعلومات الدولية

Internet

سيتم التركيز هنا على العديد من الموضوعات ، أهمها :

- ما هي الانترانت ؟
- هل تؤمن الانترانت وصولاً أسرع إلي المعلومات ؟
- ما ضرورة وجود الانترانت ؟
- ما هي الانترنت؟
- وماذا عن مستقبل الانترنت؟
- الجيل الثاني للانترنت.
- الجيل الثالث للانترنت.
- ما هي الانترنت ٢ ؟
- ما هي انترنت الجيل المقبل NGI ؟
- ما هي الإكسترانت؟
- البريد الإلكتروني E-mail.
- الاستعراض والبحث.
- إنشاء مواقع ويب.

ما هي الانترانت ؟

تطلق تسمية الانترانت على التطبيق العملي لاستخدام تقنيات الانترنت والويب في الشبكة الداخلية للمؤسسة أو الشركة . كما تقدم شبكة الانترانت خدمة الوصول إلي الانترنت مع منع العكس . وبذلك تؤمن الانترانت سوراً منيعاً (يطلق عليه اسم جدار النار Walls Fire) . ويعد البعض شبكة الانترانت نموذجاً مُطوراً من نظام الخادم / المستفيد (Client/Server) المُعتمد في الحوسبة .

هل تؤمن الانترانت وصولاً أسرع الي المعلومات ؟

لا يمكن الجزم بأن الانترانت أسرع أو أبطأ لأن ذلك يعتمد على الهيكلية التي تعتمدها، ولذلك سنفصل مستويات السرعة استناداً إلي الهيكلية :

- في حال كانت الانترانت مبنية على شبكة محلية LAN فإن سرعتها تكون هي سرعة الشبكة المحلية (تبدأ من عشرة ميجابت في الثانية حتى مائة ميجابت في الثانية) .
- أما في حال كانت بعض العقد Nodes تتصل بالانترانت عن طريق الانترنت فإن سرعة الانترانت ستعتمد على سرعة الإنترن وعليه فإن السرعة ستتراوح بين ١٤ كليو بايت في الثانية وحتى ٥٦ كليو بايت في الثانية .
- أما الحالة الأخيرة فهي وجود خدمة هاتفية مخصصة للانترانت وقد تصل السرعة إلي ٢ ميجابت في الثانية.

ما ضرورة وجود الانترانت ؟

١ـ تقليص التكاليف :

يعمل الجهاز الخادم Server في شبكة الانترانت على تقليل الحاجة إلي وجود نسخ متعددة من البرامج (وقواعد البيانات Databases) وتسمح هذه البنية بخدمة تنزيل (Downloading) الملفات والتطبيقات بسهولة ويسر كما يمكن للشركة أن تستغني عن الكثير من المطبوعات والنماذج الورقية.

٢ـ توفير الوقت :

يخفض استخدام الانترانت الكثير من الوقت الضائع في الاتصال بين عناصر الشركة . كما يؤمن وسيلة ضمان لدقة سير الاتصالات وعدم تكرارها .

٣ـ الاستقلالية والمرونة :

إمكانية النفاذ إلي موارد المعلومات Information Resources عن طريق تطبيق واحد هو المستعرض Browser ومن منصات عمل مختلفة إضافة إلي أن نشر المعلومات عن طريق الموقع الداخلي يتم في الزمن الحقيقي Real-Time ولا يحتاج إلي أي عمليات إعداد مسبقة .

٤ـ تسخير خدمات الانترنت :

البريد الإلكتروني	*E-Mail*
خدمة الحوار في الزمن الحقيقي	*Service Real-Time Chatting*
تقنية الملفات الالكترونية المحمولة	*Portable Electronic Document-PED*
خدمة نقل الأخبار	*News-NNTP Network*
خدمة مؤتمرات الفيديو	*Conference Video*

ما هي الانترنت؟

الانترنت The Internet هي شبكة عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة الأنواع والأحجام في العالم كونها وسيلة يستخدمها الأفراد والمؤسسات للتواصل وتبادل المعلومات لابد لها من التوافق مع مجموعة من معايير الاتصال التي تدعى بروتوكولاً Protocol بروتوكولاً يسمى بروتوكول الانترنت Internet Protocol – IP بيانات تدعى الحزم Packets .

كما أنه يتحكم بتوجيه البيانات Data Routing من المرسل إلي المستقبل وينطوي بروتوكول الانترنت Internet Protocol -IP تحت مجموعة بروتوكولات التحكم بالإرسال/ بروتوكول الانترنت Transmission Control Protocol Internet Protocol TCP/IP

وهي مجموعة بروتوكولات طورتها وزار الدفاع الأمريكية لإتاحة الاتصالات عبر الشبكات المختلفة الأنواع.

وماذا عن مستقبل الانترنت؟

وكان لابد من اعتماد خطوط أسرع من الخطوط الهاتفية، وتتمتع وبعرض حزمة Bandwidth أكبر مثل: الألياف الضوئية Fiber Optics، وكوابل البث التليفزيوني Television Cable، والأقمار الصناعية Satellites.

الجيل الثاني للانترنت :

بدأ الجيل الثاني بالظهور على أرض الواقع انترنت ٢ internet٢ وانترنت الجيل المقبل Next Generation Internet-NGI وشبكة CAnet٢ ، ويعتمد هذا الجيل نسخة مطورة من بروتوكول الانترنت هي IPv٦ ، كما يدعم ميزتين مهمتين هما : الإرسال المتزامن المتعدد الوجهات Multicasting ، وميزة جودة الخدمات Quality of Service- QOS التي تدعم البث الحي لملفات الفيديو ، وتدعم تطبيقات الوسائط المتعددة Multimedia .

الجيل الثالث للانترنت :

ما زال الجيل الثالث للانترنت قيد الأبحاث ، ومن المتوقع له أن يدعم جميع المزايا المتقدمة ولاسيما تلك التي تتطلب سرعة عالية جداً . ومن أبرز المشاريع المقدمة شبكة CAnet٣ ، وشبكة Supernet ، ويدعم هذا الجيل ميزتين هما :

١. استخدام تقنية DWDM-Dense Wavelength Division Multiplexing وهي تقنية تستخدم الألياف الضوئية في الإرسال بسرعات تصل إلي ٤٠٠ جيجا بت/ ثانية .

٢. ما يسرع نقل الصوت والفيديو بدرجة هائلة .

ما هي الانترنت ٢ ؟ *(internet ٢)*

الانترنت ٢ هي مشروع طموح يهدف إلي تطوير شبكات كمبيوتر تنقل المعلومات بسرعة عالية ، وذلك لتسريع قدوم انترنت المستقبل ، وقد أطلق هذا المشروع عام ١٩٩٩ تحت رعاية Corporation For Advanced Internet Development UCAID

ما هي انترنت الجيل المقبل *NGI* ؟

انترنت الجيل المقبل The Next Generation Internet – NGI التي انطلقت في الأول من تشرين أول/ أكتوبر ١٩٩٧ هي مبادرة تشترك فيها عدة هيئات ومؤسسات، سعياً لمضاعفة السرعة الحالية للانترنت ١٠٠٠ مرة، ولإيجاد تقنيات تشبيك أقوى كثيراً من تلك الموجودة حالياً على الانترنت.

ما هي الإكسترانت ؟

نشأت شبكات الاكسترانت استجابة لما يتطلبه قطاع الأعمال من شراكات وتحالفات وما يقتضيه من أمن على المعلومات المتبادلة عن طريق الشبكات ، مع العناية الشديدة بالصلاحيات (اصطلح على تسمية هذه الفعالية باسم تعاملات الشركات مع بعضها B٢B- Business to Business) .

البريد الإلكتروني *E-mail* :

وقد تبوأت الانترنت بالفعل مكانة عظيمة بدخولها في جميع نواحي الحياة (في قطاع الأعمال Business) وهناك العديد من خدمات الانترنت الأخرى:

- خدمة تلنت Telnet التي تستخدم للوصول إلي أجهزة الكمبيوتر البعيدة.
- خدمة غوفر Gopher التي سهلت الوصول إلي المعلومات على الانترنت بوساطة برنامج واحد فقط.
- خدمة بروتوكول نقل الملفات FTP التي تنقل الملفات الكبيرة.
- شبكة الويب العالمية WWW التي يسهل التنقل عبر محتوياتها المفيدة والممتعة عن طريق النقر والتأشيرPoint-and-Click.

((البريد الالكتروني خدمة واسعة الانتشار، إذ أنه أسرع وأرخص من الرسائل الورقية))

الاستعراض والبحث :

يمكن الاستفادة من المزايا الكثيرة التي تقدمها الانترنت مثل البحث Searching عن المعلومات بوساطة محركات البحث Search Engines. واستعراض الصفحات عن طريق المستعرضات Browsers.

إنشاء مواقع ويب :

تنشأ مواقع الويب لوضع معلومات حول شخص Homepage Site أو منظمة Organizational Site أو شركة Company Site على الانترنت ، ويتألف كل موقع من مجموعة من الصفحات التي ترتبط ببعضها عبر روابط تدعى Hyperlinks ، وتدعى الصفحة الأولى للموقع باسم الصفحة الافتتاحية Homepage أن تصميم موقع جديد يحتاج إلي معرفة بعض لغات البرمجة من قبيل لغة النص المترابط HTLM ولغة الجافا سكريبت Java Script. وبعض برامج تصميم الرسوم والحركة Animations والفيديو Video .

التسويق الرقمي

خطوات التسويق الرقمي:

١	تحديد البداية.	*Get started.*
٢	بيان أفكار جيدة.	*Get a good idea*
٣	عنوان البريد الإلكتروني.	*Get e-mail.*
٤	بناء الموقع الإلكتروني.	*Get a web site.*
٥	اختيار الاسم.	*Get a domain.*
٦	تحديد الزائرين المتوقعين.	*Get Visitors.*
٧	التعرف على الزائرين.	*Know your visitors.*
٨	تحسين الموقع.	*Improve your site.*
٩	البحث عن عملاء جدد.	*Find new customers.*
١٠	بدء البيع المباشر.	*Start selling online.*

Step (١):

Get started : Assemble what you need in Com,

١) **Organize your time-setup business plan, estimate cost, revenue, and opportunities, competitors.**

٢) **Promote e-marketing of com. services.**
   a. Organize your Motivation: (please put a tick).
   b. Are you a leader in our Business.
   c. Can you face in Markets.
   d. Do you like helping People.
   e. Do you like setting goals & achieving them.
   f. Do you like working professionally
   g. Do you manage your time
   h. Do you think of changing the way you do work
   i. Do you learn from past mistakes.
   j. Do you care about quality in providing services.
   k. Do you risk to maximize productivity.

Reasons to do marketing of e-gov.services:

١) Expansion
٢) Services development
٣) Integrate all payments (cheques, cash, bank draft, credit cards, foreign currency transactions).
٤) Reducing paper work.
٥) To ease B٢C, B٢B, B٢G, G٢B, G٢B, C٢G, C٢B.
٦) Easier information collection
٧) Easy to contact gov's citizen's base-one E-mail can be sent to a large number of people.
٨) To join other e-gov and e-business.

Problems with e-gov marketing:

- Can you keep your promises?
- Multiple currency transaction when dealing with different countries.

- The legality of advertising in different location.
- Does it fit your present management model? If not build a new model.
- You can market any product, service or idea using the internet.
- Are all of your citizens and suppliers on line?
- Does ever one speak English?
- There are man gov. services.
- Are you organized to get e-government opportunities?
- How to cope with cultural differences and social classes?

Gains of E-marketing of gov. services:

- E-payments
- Expand into a new geographical locations.
- E-catalogue would lead to new markets
- Do you have a "Static" web site? (Limited E-marketing).
- Are you selling easily shipped products?
- Do you produce a printed catalogue?
- Do you sell-information?
- Do you sell a specialized product or services?
- Do you offer citizens "support b telephone or mobile?

Organize your government business:

١- Tools:

- A mail – order catalogue.
- Product procures.
- Data sheets.
- Drawings & diagrams.
- Information packs.
- News releases.
- Newsletter.
- A discussion forum.
- An existing web site.

٢- Organize your computer:

- A Computer
- Dial up Software. (Internet Connection)

- A web Browser
- A News Reader Program
- An FTP Client.
- Internet Service Provider (ISP)

٣- A New E-business needs:

- A real domain name.
- Real e-mail.
- Real web space.
- All are available free

Step (٢):

Get a good idea (Good business Model):

١) Examples are:

- A new way of connecting citizens and distribution channels.
- A new way of contracting people.
- A new way of researching & scoping the market of new services.

٢) Advantages of new government business models:

- No rules – no one can tell you are wrong.
- Profit margins are high.
- You will be a head of the market.

٣) Deciding what to e-market?

- E-education certificate.
- B.D. certificate
- Driving license
- Bus license services
- E-ticketing
- Health
- Pension
- Visae
- Social

Some new E-gov. services ideas:

There is no best option;

- Citizen comes first.
- Have a stand by files.
- Marketing is all
- It takes a leader to start a new e-gov. service.
- If it is a good idea, somebody else will do it sooner or later.
- Fail to plan, plan to fail.
- Everyone is a potential customer of e-gov. services.
- E-gov saves money.

Step (٣):

Get e-mail :

١) Advantages:

١) You save the phone calls.
٢) It is instantaneous.
٣) Cannot be misunderstood.
٤) It provides a permanent record of what you sent.
٥) It takes the fax a logical step further.
٦) You can use PC as a fax (card)
٧) Pictures can be sent by e-mail.
٨) It is almost free.
٩) Time wasting.
١٠) You can forward e-mail to another location.

٢) Finding e-mail addresses:

١- Mailing list:

٢- Directories:

(switchboard at Alto vista http,/ AltaVistaboard.com)

٣- Company domains:

A company with number of employee has its domains and ever employee an individual e-mail.

٤- E-mail client programs:

- A dial up ISP
- An e-mail account with ISP

- A Modem to make the connection, LAN Card.
- Dial up networking software.
- An e-mail client-the program which makes it all work.

١- **Mailing list** data be

- Send a business card to your database.

Organize your e-mail for e-marketing of gov. services:

- Push e-mail (your send it without waiting).
- Establish a regular newsletter.
- Make your newsletter different from others.
- If you change your web site regularly, send out a weekly or monthly e-mail newsletter.
- You can get an International Standard Serial Number (ISSN)
- Promote your newsletter in mailing lists and newsgroups.
- Give away free information
- Chatting discussion (forums)
- Video conferencing
- Speak proper.

Step (٤):

Get e Web Site:

١- Advantages:

- Ability to determine & control its appearance.
- Possibility of adding interactive elements & e-commerce.
- Integration of on-line catalogues & shopping card systems from the outlet.
- Choice of technologies (animation, stock wave, audio, video, …)
- Integration of discussion forums.
- Exercise control over your domain.

٢- Disadvantages:

- You have to do it yourself.
- Your web designer might benefit from the web.
- You have to keep updating your catalogue & price list.

٣- Adding to an existing web site:

- E-shop-front

- Payment system
- Forms for citizen's data collection
- Chat rooms
- Forums or message board
- Links to other sits
- Additional pages or sub-webs
- Database integration

٤- Your web site should be:

١) Well known
٢) Attractive
٣) Easy to interact with
٤) Constantly offering something new
٥) Sticky-people stay, interact and come back
٦) Watch your speed
٧) Watch the road
٨) Image is all
٩) Push your site

Step (٥):

Get a Domain Name:

- Get a Internet Protocol (IP) which are number to locate each other an the internet.
- The Domain Name System (DNS) will translate your e-mail into the IP used by the internet.
- Internet Service Provider (ISP)
- Find out if our domain name is available.
- Choosing your Domain Name the :
  - *com*
  - *net*
  - *org*

Step (٦):

Get Visitors : (attract visitors to your web site)

- Make reciprocal links.
- Web rings.
- Discussion links, news groups.
- Send on-line press releases.

Step (٧):

Know Your Visitors (citizens)

- **Tracking your visitors.**
- **Web methods:**
  - How many people visited your site?
  - Where they came from?
  - How long the stayed?
  - What they browsed?
  - what browser and net work they are using?
- **Answers will benefit for:**
  - Marketing Audit
  - Site Improvement
  - Selling Space to Advertisers
  - Knowing which Links, Campaigns.

Step (٨):

Improve Your Site:

- **Design consideration:**
  - Keep your graphics files small.
  - Bigger files take longer.
  - Use standard fonts, stick to the Netscape ٢١٦ color palette
- **Navigation:**
  - Think of it as a road map.

- Your site's navigation is a guide.
- Don't be clever with names call it customers.
- Point with pictures.
- Don't be too tricky.

Types of navigation:

- **Global**:
  - Ideals for liner sites
- **Hierarchical**:
  - Best for information rich sites organized in a free structure.
- **Mixed**:
  - List of books

Top Site Improving Tips:

- Be consistent most of the time
- Be involved
- Be reading for the unforeseen
- Client can link too
- Take care of the site capacity
- Promote your web site regularly
- Contact your e-mail list regularly
- Develop an e-mail list
- Sell one thing-well.
- Is your credit card ordering secure?
- Do you have a privacy statement?
- Is the text effective?
- Does your site look professional?
- Give a way free information
- Get your own domain name
- You are a professional, but does your site say so?
- What is your unique selling point?
- Promote your web site an all your communication media.
- Patience is a must
- Exchange web sites with World Wide sites.

Step (٩):

Start selling e-gov. services online:

- **Advantages:**
    - Open ٢٤ hours a day.
    - No staff costs or rent
    - No stock requirements
    - Good cash flow
    - Customers can be tracked
    - Global reach
- **The on-line shop requires:**
    - Describes your product line.
    - A payment system.
    - Some database for customers retailed orders.
- **The e-payment system:**
    - What prices and currencies?
    - Do you offer a cheque payment.
    - Will you be taking orders from abroad?
    - Credit card payment are not a problem
    - Are there multiple choice for payments
    - How do you deal with taxes
    - How encryption works?

Step (١٠):

Finding new customers e-gov services:

- Building loyalty & return visits.
- Management of image.
- Build a sense of belonging
- Add a chat room
- Hold a weekly or monthly contest
- Update your site
- Ask our visitors to put a link in their web site to yours
- Think of the sites you visit most offer
- Sign an agreement with other sites (Banner Exchange).
- Exchange deals?

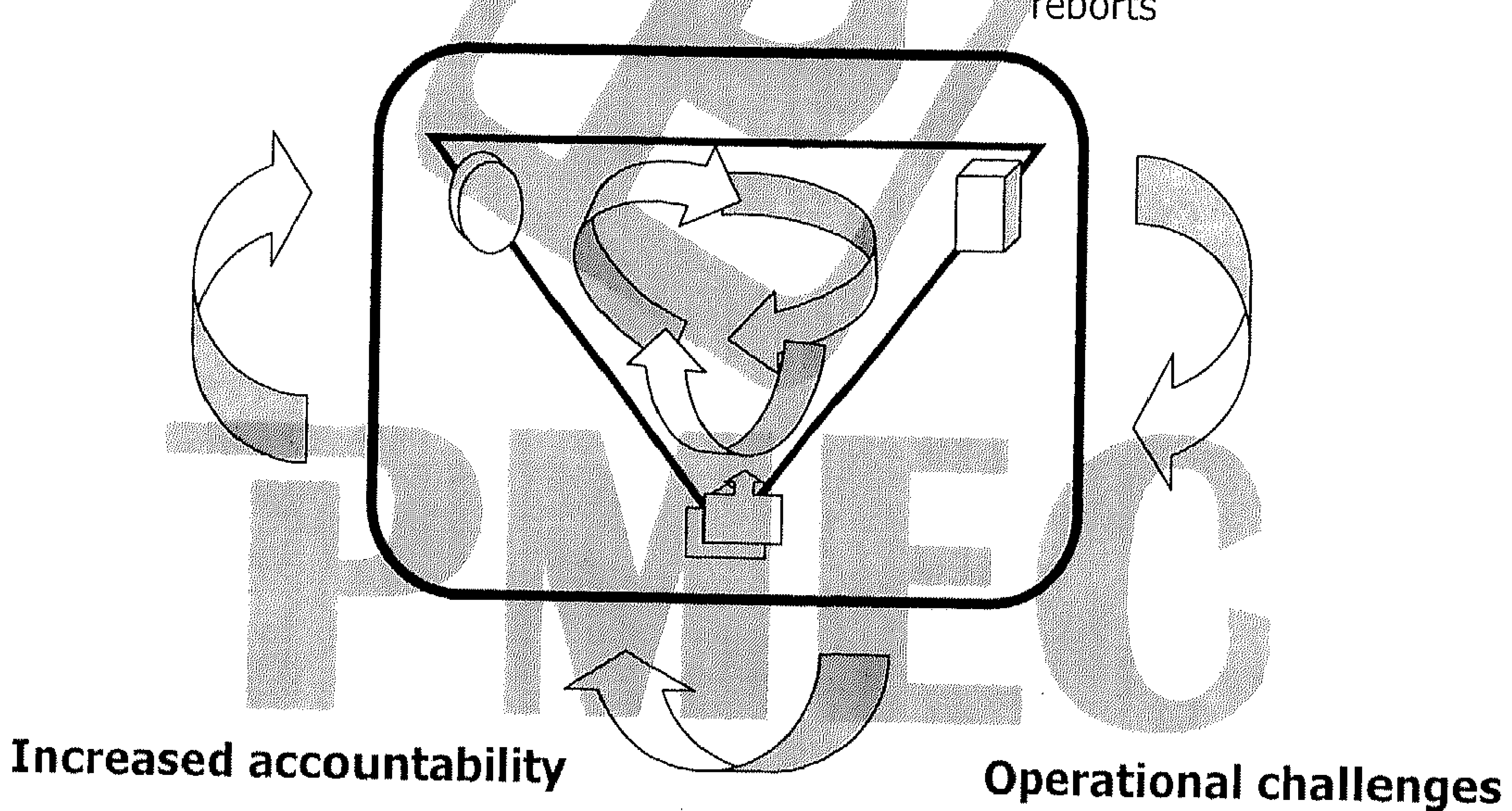
المدخل إلى إدارة الأعمال المتغيرة

Compressed business cycles

- Multiple fragmented systems
- Manual transformation, cleansing and rollup of data
- Timeliness of information

Reduced IT budgets

- Reliance on technical staff for reports
- Expensive systems for generating reports
- Ad-hoc process of collecting Information and generating reports



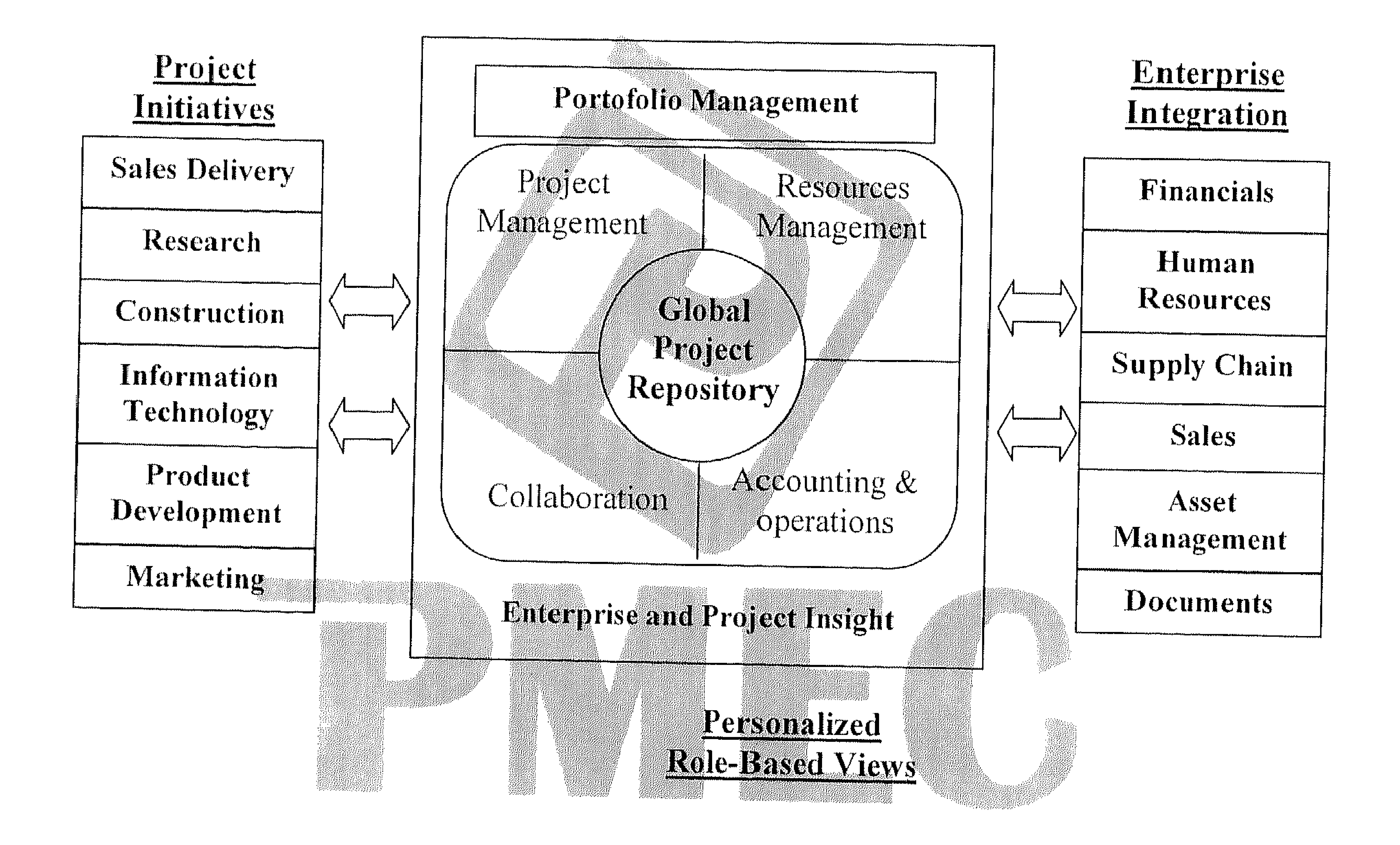
Increased accountability

- Incomplete data across business, lifecycle
- Alignment with corporate objectives
- Visibility into key metrics

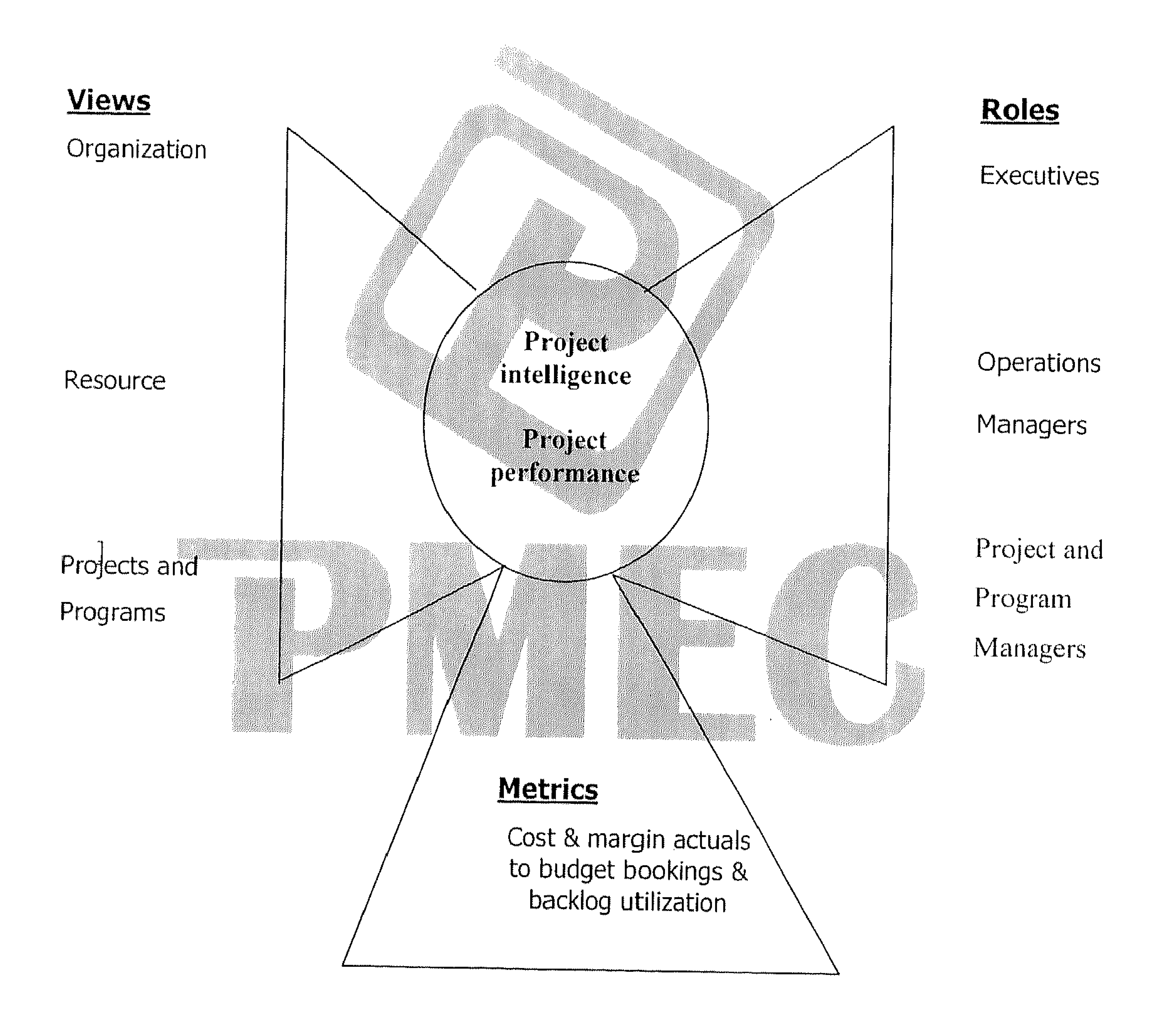
Operational challenges

- Consistency and accuracy of information across roles & business units
- Security of information
- Supplier and customer access

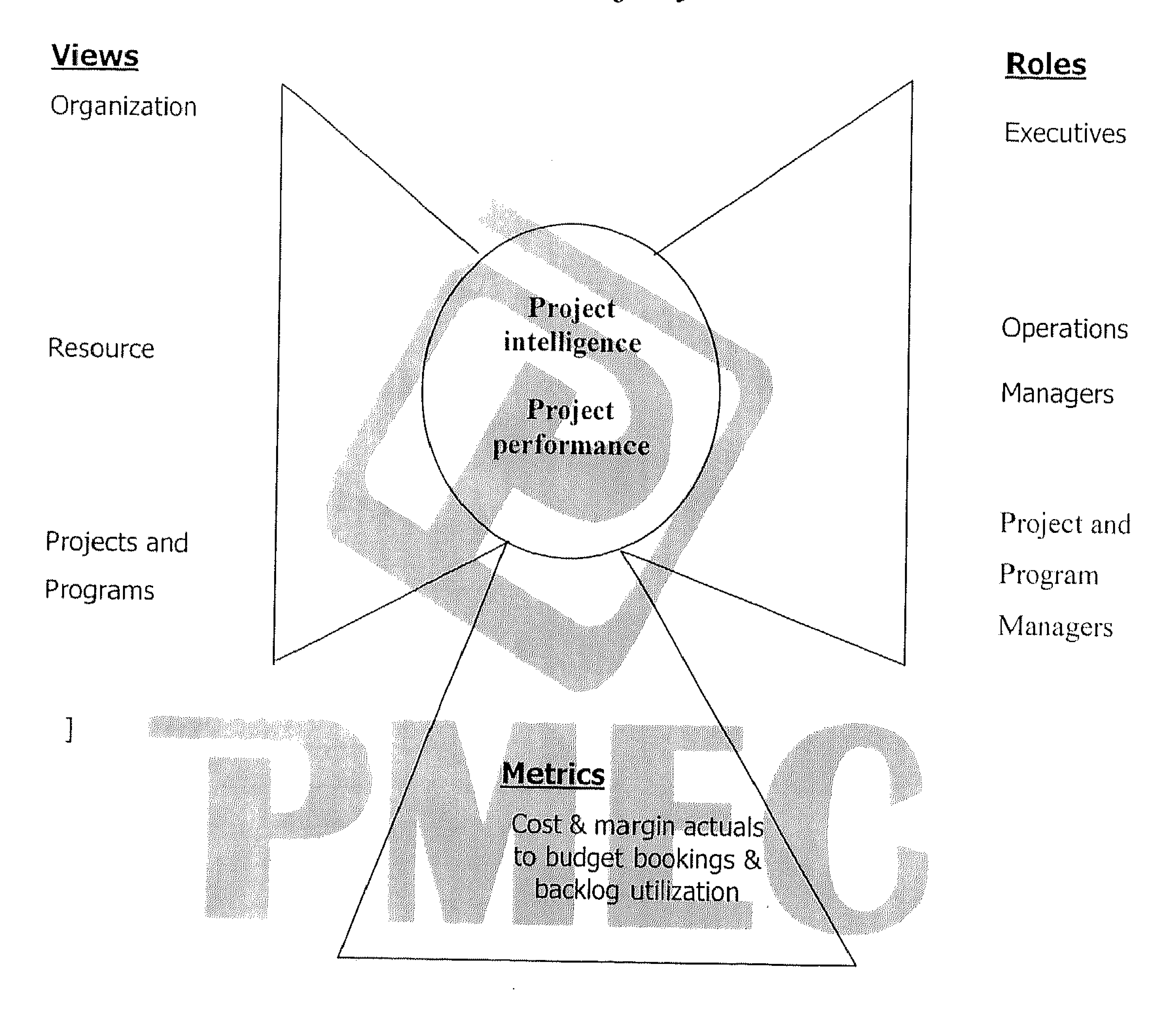
Enterprise Project Management



Enterprise and Project Insight with Project Performance & Intelligence



Performance Management Across Business Lifecycle



Opportunity management
- Bookings
- Backlog
- Book to bill

Resources management
- Utilization
- Availability

Project finances
- Project
- Profitability
- Project cost

اسماء الموزعين في جمهورية مصر العربية

مدينة نصر	
دار الفكر العربي (م. نصر)	٢٧٥٢٩٨٤
دار طيبة	٢٧٢٥٣٧٦
دار الأفق	٢٧٠٧٠٢٣
مجموعة النيل العربية	٢٧٥٤٥٨٣
مكتبة سمير	٢٧٢٥٢٧٤
هلا هنا	٤٠٦٠٤٠٥

وسط البلد	
مكتبة الشروق - وسط البلد	٣٩١٢٤٨٠
دار حراء	٣٩٢٨٩٦٣
زهراء الشرق	٣٩٢٩١٩٢
عالم الكتب	٣٩٢٦٤٠١
مكتبة الزهراء	٧٩٥١٤٥١
مكتبة شادي	٣٩٢٨٦١٨
مكتبة مدبولي الكبير	٥٧٥٦٤٢١
دار النهضة العربية	٣٩٢٦٩٣١
دار افاق	٧٩٥٣٨١١
دار الكتاب العربي اللبناني	٣٩٣٤٣٠١
مكتبة الشروق الدولية	٣٩٣٨٠٧١
مكتبة ليلى	٣٩٣٤٤٠٢
مؤسسة الأهرام	٧٧٠٣١٠٢
مكتبة كوميت	٣٩٣٨٤٦١
دار الأحمدي	٥٧٤٠٥٠٣
مكتبة آدم	٥١٩٥٣٥١

الدقي	
المكتبة الاكاديمية	٧٤٨٥٢٨٢

مصر الجديدة	
الدار الدولية للاستثمارات الثقافية	٦٢٢٢١٠٥
دار الفجر للنشر والتوزيع	٦٢٤٦٢٥٢
مكتبة النوالي	٤١٩٥٤٦٢
مركز الكتاب للنشر	٢٩٠٨٢٠٣

الزمالك	
مكتبة ديوان	٧٣٦٢٠٩٦

الاسكندرية	
مكتبة علاء الدين (الأسكندرية)	٠٣/٤٨٧٦١٨٦
منشأة المعارف (الإسكندرية)	٠٣/٤٨٧٣٣٠٣

اسماء الموزعين الخارجيين

اسم المدينة	اسم المكتبة	هاتف
	المملكة العربية السعودية	
الرياض	مكتبة العبيكان	٠٠٩٦٦١ / ٤٦٥٤٤٢٤
الرياض	مكتبة جرير	٠٠٩٦٦١ / ٤٦٢٦٠٠٠
الرياض	مكتبة المؤيد	٠٠٩٦٦١ / ٤٠٢٠٣٩٦
الرياض	مكتبة الشقري	٠٠٩٦٦١ / ٤٦١١٧١٧
جدة	مكتبة كنوز المعرفة	٠٠٩٦٦٢ / ٦٥١٤٢٢٢
الدمام	مكتبة المتنبي	٠٠٩٦٦٣ / ٨٤١٠٤٢١
	دولة الكويت	
الكويت	شركة المكتبات الكويتية	٠٠٩٦٥ / ٣٩٨٢٥٩٠
الكويت	مكتبة أقرا	٠٠٩٦٥/٩١٥٧١٧٠
	الامارات العربية المتحدة	
ابوظبي	مكتبة جرير -ابوظبي	٠٠٩٧١٢ / ٦٤٥٩٩٨٧
	الجمهورية اليمنية	
صنعاء	الدار العلمية للكتب الجامعية	٠٠٩٦٧١ / ٢١٦٦٤٩
صنعاء	مكتبة خالد بن الوليد	٠٠٩٦٧١ / ٢٢٤٦٩٤
	دولة قطر	
	دار الثقافة	٠٠٩٧٤ / ٤٤١٣١٨٠
	سوريا	
دمشق	دار الفكر	٠٠٩٦٣١١ / ٢٢١١١٦٦
	الجزائر	
الجزائر	الدار الجزائرية للكتاب	٠٠٢١٣٦ / ١٥٣٥٣٩٩
	دولة فلسطين	
غزة	مطبعة ومكتبة منصور	٠٠٩٧٠٨ / ٢٨٢٥٦٨٨
القدس	وكالة ابو غوش	٠٠٩٧٢٢ / ٥٨٣١٤٠٤
	المملكة الاردنية الهاشمية	
عمان	دار المستقبل	٠٠٩٦٢٦ / ٤٦٥٨٢٦٣